

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BLUDER COKRO MADIUN**



Oleh :
NANDY WAHYU PERMADY
51416047

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2020

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BLUDER COKRO MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

KAMPUS KOTA MADIUN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan manajemen

OLEH :

NANDY WAHYU PERMADY

51416047

PSDKU MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

KAMPUS KOTA MADIUN

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BLUDER COKRO MADIUN**

Oleh :
NANDY WAHYU PERMADY
51416047

**Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji**

Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Tanggal: 3 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Nandy Wahyu Permady NIM 51416047
Telah diuji pada tanggal 3 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji



Veronica Agustini SM., S.E., M.S.i
NIDN: 0717087201

Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPA
NIDN: 0713097203

Ketua Progam Studi,



Vivi Anyani, S.E., M.Sc
NIDN: 0717128001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nandy Wahyu Permady

Nim : 51416047

Judul Skripsi : Pengaruh.Citra Merek dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bluder Cokro Madiun

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima konsekuensi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis saya untuk dipublikasi atau ditampilkan di internet maupun media lain (*digital library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik dengan tetap berpedoman pada Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Madiun, 30 November 2020

Yang menyatakan,



Nandy Wahyu Permady

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bluder Cokro Madiun”**. Penelitian skripsi ini disusun dan diajukan sebagai tugas akhir dalam menempuh studi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Kampus Kota Madiun).

Penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

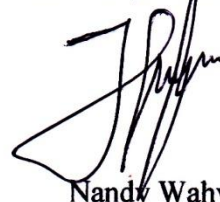
1. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si. selaku dosen pembimbing dan wali studi yang telah dengan sabar, teliti, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, semangat, motivasi, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc selaku ketua jurusan manajemen yang telah memberikan izin penelitian untuk penyusunan skripsi.
3. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Kampus Kota Madiun) yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan bagi penulis.
4. Kepada Ibu Kristina selaku staf Program Studi Manajemen dan seluruh pegawai perpustakaan yang memberikan bantuan dan pelayanan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Sidiq Yulianto dan Ibu Ine Natalia.
6. Kepada seluruh keluarga besar penulis utamanya tante Eny Maryani dan om yahya Asfari S.T yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan moral maupun materiil.

penyusunan skripsi serta Sunardi dan Rahmat Harowi yang selalu menemani bermain game saat suntuk saat penyusunan skripsi.

8. Teman seperjuanganku, teman-teman seorganisasi, teman-teman KKN, dan teman-teman lainnya terimakasih untuk kisah dan kasih selama masa kuliah.
9. Seluruh responden dalam penelitian skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya laporan penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, maka diharapkan demi semakin baiknya kualitas penelitian dengan tema serupa, pada penelitian yang akan datang dapat memperbaiki kelemahan atau keterbatasan dari penelitian ini. Semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membutuhkan. Amiin.

Madiun, 3 Desember 2020



Nandy Wahyu Permady

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAKSI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3 Merek	8
2.1.4 Citra Merek	9
2.1.5 Perilaku Konsumen	11
2.1.6 Pengetahuan Konsumen.....	13
2.1.7 Pengetahuan produk.....	14
2.1.8 Keputusan pembelian.....	16
2.2 Hubungan Antar Variabel	18
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.2.2 Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Pengembangan Hipotesis	21
2.5 Model Penelitian	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	22
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	22
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	22

3.2.3 Pengukuran Variabel.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan sampel.....	24
3.6 Teknik analisis data.....	25
3.6.1 Uji Kualitas Data.....	25
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6.3 Regresi linier berganda	27
3.6.4 Uji Hipotesis	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2 Deskripsi Data.....	29
4.2.1 Deskripsi Responden	29
4.2.2 Deskripsi Variabel	32
4.3 Hasil Analisis Data.....	35
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	35
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda	38
4.3.4 Uji Hipotesis	39
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Keterbatasan.....	44
5.3 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	20
Tabel 4. 1 Tabel Karkteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	31
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Alasan Membeli	31
Tabel 4. 6 Rentang Skala	32
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek.....	32
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel Pengetahuan Produk	33
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 10 Rangkuman Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	36
Tabel 4. 11 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	37
Tabel 4. 12 Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4. 13 Rangkuman Hasil Uji Heterokesdastisitas	38
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linier Berganda	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Rantai Tujuan.....	15
Gambar 2. 2 Proses Pengambilan Keputusan	18
Gambar 2. 3 Model penelitian	21
Gambar 4. 1 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X1-Y).....	40
Gambar 4. 2 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t (X2-Y).....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner
Lampiran 2 Daftar Responden
Lampiran 3 Data Variabel
Lampiran 4 Pendistribusian Kuesioner
Lampiran 5 Analisis Statistic Deskriptif
Lampiran 6 Kualitas Data
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda
Lampiran 9 Tabel t Dan r

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh positif citra merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian bluder cokro Madiun. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 96 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 17. Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek dan pengetahuan produk secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian konsumen Bluder Cokro Madiun. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,383 (38,3%) artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek dan pengetahuan produk sebesar 38,3%, dan sisanya 61,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah citra merek.

Kata kunci : *Citra Merek, Pengetahuan Produk, dan Keputusan Pembelian.*

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT KNOWLEDGE ON PURCHASING DECISION OF BLUDER COKRO MADIUN

ABSTRACT

This study aims to prove the positive effect of brand image and product knowledge on purchasing decisions of Madiun's cokro bluder. This study used a purposive sampling technique with 96 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression with the help of SPSS 17. The test results showed that brand image and product knowledge partially had a significant positive effect on consumer purchasing decisions of Bluder Cokro Madiun. The coefficient of determination (R^2) of 0.383 (38.3%) means that the purchase decision variable is influenced by brand image and product knowledge by 38.3%, and the remaining 61.7% is influenced by other variables included in this study. The dominant variable that affects purchasing decisions is brand image.

Keywords: *Brand Image, Product Knowledge, and Purchasing Decisions.*